



Impressum

Verantwortlich im Sinne des Presserechts und des Telemediengesetzes:

Christopher Rauen GmbH
Rosenstraße 21
49424 Goldenstedt
Deutschland
Tel.: +49 4441 7818
Fax: +49 4441 7830
E-Mail: info@rauen.de
Internet: www.rauen.de

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer:
Christopher Rauen
Registergericht: Amtsgericht Oldenburg
Registernummer: HRB 112101
USt-IdNr.: DE232403504

Inhaltlich Verantwortlicher für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote gemäß § 55 Abs. 2 RStV: Christopher Rauen (cr) (Anschrift wie oben).

Inhaltlich Verantwortlicher für die Nachrichtenredaktion: Anne Waldow (aw) (Anschrift wie oben)
E-Mail: anne.waldow@rauen.de

www.coaching-report.de

Fakten, News und Hintergrundinformationen

www.coaching-magazin.de

Das Coaching-Magazin

www.coaching-literatur.de

Bücher und Literatur zum Coaching

www.coaching-tools.de

Methoden und Modelle für den Coach

www.coaching-videos.de

Das Coaching-Videoportal

www.coaching-lexikon.de

Freies Fachbegriffe-Lexikon

www.coach-datenbank.de

Die Datenbank mit professionellen Coaches

www.businesstrainer-datenbank.de

Die Datenbank mit erfahrenen Trainern

www.coaching-index.de

Die Coaching-Ausbildungs-Datenbank

www.coaching-anfragen.de

Ausschreibungen für Coaches und Trainer

www.coach-kalender.de

Der Veranstaltungskalender

www.coaching-board.de

Das Diskussionsforum

Der Coaching-Newsletter hat die
ISSN 1618-7725 (E-Mail-Ausgabe)
ISSN 1618-7733 (Archivausgabe)

Inhalt

1. Coaching vorbereiten – Interventionen vor dem ersten Gespräch
2. Forschung: Coaching bei Change-Management-Prozessen
3. Coaching-News
4. Rezensionen von Coaching-Büchern
5. Neue Coaches und Trainer in der RAUEN-Datenbank
6. Coaching-Ausbildungen im nächsten Monat

Dieser Newsletter geht an 31.154 Empfänger.

1. Coaching vorbereiten – Interventionen vor dem ersten Gespräch

Von Dr. Manfred Prior

Unterschiedliche Ausgangspunkte von Coaching

Coaching findet unter sehr unterschiedlichen Ausgangsvoraussetzungen statt. Im Rahmen eines Unternehmens kann Coaching eine Fördermaßnahme sein, die vor allem für erfolgreiche höhere Führungskräfte finanziert wird. Sie kann aber auch die letzte verzweifelte Maßnahme sein, zu der eine Führungskraft quasi „verdonnert“ wird und mit der man hofft, sie dazu bringen zu können, doch noch gute Ergebnisse zu liefern. Der Ruf von Coaching in einem Unternehmen reicht von „letzter Schritt vor der fast unausweichlichen Kündigung“ bis hin zu „teure Förderung für besonders verdiente und vielversprechende Führungskräfte“.

Auch die Position des Coachs in Bezug auf die zu coachende Führungskraft und dessen Unternehmen kann sehr unterschiedlich sein: Da gibt es auf der einen Seite den selbständig arbeitenden Coach, zu dessen Coaching eine Führungskraft aus eigener Initiative kommt und das sie auch aus eigener Tasche bezahlt. Auf der anderen Seite gibt es mit Verträgen und nach festen Regeln für Unternehmen arbeitende externe oder interne Coaches, zu denen Führungskräfte kommen oder mehr oder weniger geschickt werden (s. o.).

Diese Ausgangspunkte, Positionen und Rahmenbedingungen prägen das spätere Coaching ganz entscheidend. Sie machen es erforderlich, dass man als Coach den Schwerpunkt der Bemühungen zunächst oft auf das „Vorher“, das Klären und Schaffen von günstigen Startbedingungen und Ausgangsvoraussetzungen für das anstehende individuelle Coaching legt.

Wenn diese Rahmenbedingungen geklärt sind, ein günstiger Kontext für das Coaching geschaffen ist und der erste „richtige“ Coaching-Termin vereinbart wird, bewegen den Klienten vor allem folgende Fragen:

Fragen des Klienten vor dem ersten Gespräch

- „Was muss ich wissen, damit ich von dem Coaching mit Herrn/Frau ... optimal profitieren kann?“
- „Worauf kann/soll ich mich als Klient einstellen?“

- „Wie kann ich mich innerlich möglichst gut auf das erste Gespräch vorbereiten?“
- „Wie kann ich am besten zu einem guten Gelingen/Ergebnis des Coachings beitragen?“

Auch wenn der Klient diese Fragen nicht explizit gestellt hat, so empfiehlt es sich sehr, sie zu beantworten und zwar am besten **vor** dem ersten Coaching-Gespräch. Denn diese Vorinformationen zum konkreten Vorgehen haben erfahrungsgemäß einen so großen positiven Einfluss auf den Beginn und den Verlauf des Coachings wie kaum eine andere Intervention, die man im Rahmen von Coaching und Beratung einsetzen kann. Diese große Wirkung liegt daran, dass der Klient vor dem Coaching in einer maximal leicht beeinflussbaren Position ist, vergleichbar mit einem Ball, der auf einem glatten runden Hügel liegt und mit einem geringen Impuls weit in die unterschiedlichsten Richtungen bewegt werden kann. Deshalb sollten die Worte hier äußerst bedacht gewählt werden.

Die Wirkung dieser Ankündigungen steigt mit der Sorgfalt der Vorbereitungen im Vorfeld. Wenn der Klient das „Vorher“ als respektvoll gegenüber seinen Zielen und Bedürfnissen erlebt hat, dann ist er offen für diese Informationen und kann ihnen einen hohen Stellenwert einräumen. Wenn der Klient innerlich noch an etwas „hängt“, das im Vorfeld für ihn unbefriedigend gelaufen oder noch nicht ganz stimmig ist, dann kann er nicht so gut zuhören und der „Impact“ ist deutlich geringer.

Im Folgenden werden nun Antworten des Verfassers auf die zentralen Fragen des Klienten vor dem Coaching beschrieben. Auf diese Weise wird transparent, was Gunther Schmidt als „Produktinformation Coaching“ bezeichnet hat. Da jeder Coach seinen eigenen Stil, ein eigenes Vorgehen und individuelle Stärken hat, sind die „Produktinformatio-

nen“ des Verfassers nur begrenzt übertragbar. Die optimale Nutzung der Intervention „Vorinformation“ erfordert Formulierungen, die individuell auf den jeweiligen Coach, seinen Stil und sein Vorgehen zugeschnitten sind. Die folgenden Formulierungen und Überlegungen des Verfassers sollen dazu anregen, sich zu vergegenwärtigen, was man vor dem Coaching sagt,

- wie man es sagt und
- welche Wirkungen man damit erzielt.

Den Beginn der Informierung des Klienten kann man nach der Terminvereinbarung mit dem Satz einleiten: „Sie wollen jetzt sicher noch wissen, was mir in unserem Gespräch am ... um ... wichtig sein wird ...“ Daraufhin wird man in der Regel ein „Ja“ erhalten.

Im Folgenden kann die „Produktinformation Coaching“ (Antwort) mitverfolgt werden. Jeweils darunter ist erläutert, warum die einzelnen Formulierungen gewählt und welche Ziele damit verfolgt werden (Erläuterung).

Antwort:

„Zunächst wird mich natürlich interessieren, *was ich Ihrer Meinung nach wissen muss, damit ich ein guter Coach für Sie sein kann...*“ (schon hier am besten einen Bezug zu dem vom Klienten grob formulierten Ausgangsanliegen herstellen, z.B. „damit ich Sie gut dabei unterstützen kann, Ihre Abteilung noch besser zu führen“, „damit ich Sie gut dabei unterstützen kann, mit Ihrem Vorgesetzten besser klar zu kommen“, „damit ich Sie gut dabei unterstützen kann, eine bessere Work-Life-Balance zu schaffen“)

Erläuterung:

Damit wird signalisiert: „*Was für Sie wichtig ist, ist auch für mich wichtig.* Ihre Einschätzung von dem, was wichtig ist, teile ich zunächst einmal.“ Damit wird deutlich, dass man

von den Einschätzungen, Bewertungen, Beurteilungen und Perspektiven des Klienten sehr viel hält und sie der zentrale Ausgangspunkt sind. Verhindert wird die Haltung: „Ich setz' mich da zunächst mal hin, lass mich von dem Coach das fragen, was der wissen will und muss (der wird ja schon wissen, welche Informationen er von mir braucht), und schau' mal, wie sich das entwickelt.“

Antwort:

„Dann wird mich interessieren, welches *Ihre Ziele* sind. Dazu werde ich Ihnen recht viele Fragen stellen, denn Ihre Ziele will ich genau wissen und verstehen, damit ich sicher sein kann, dass wir an einem Strang in die gleiche Richtung ziehen. Und dazu muss ich Ihre Ziele wissen und werde Ihnen dazu viele Fragen stellen. Wenn Sie sich also irgendwann von mir verabschieden und sagen: ‚Vielen Dank Herr P., durch das Coaching bin ich in Bezug auf ... (Ausgangsanliegen) genau dahin gekommen, wo ich hinkommen wollte ...‘, wo sind Sie dann? Wie ist es dann? Wie geht es Ihnen dann?“

Erläuterung:

Die *Fokussierung auf die Ziele des Klienten* schafft einen Ausgleich und ein positives Gegengewicht zu der üblichen Problemfokussierung und ihrer niederdrückenden, „runterziehenden“ Wirkung.

Mit dieser Fokussierung auf die Ziele des Klienten wird implizit eine *Beziehung* etabliert, in der der Coach kommuniziert: „Sie definieren ihre Ziele, diesbezüglich sind Sie für mich eine hohe Autorität, sind Sie der Experte. Ich will Sie dabei coachen, dass Sie ihre selbst gesteckten und selbst definierten Ziele möglichst schnell und gut erreichen.“ Coaching wird definiert als: „*Wir ziehen an einem Strang in die gleiche Richtung – in die Richtung, die Sie vorgeben.*“

Antwort:

„Als zweites wird mich interessieren, *was Sie schon versucht haben, um*

in Richtung Ihrer Ziele (wieder Bezug zum Ausgangsanliegen) voranzukommen. Da werden Sie manches gemacht haben, was Sie ein bisschen vorangebracht hat und manches, was Sie voranbringen sollte, aber möglicherweise eher zurückgeworfen hat. Mich wird beides interessieren; das, was Sie vorangebracht hat, weil man das ja u.U. noch weiter ausbauen kann, und das, was Sie zurückgeworfen hat, weil ich mir das mit Ihnen ersparen möchte. Und dazu muss ich es halt wissen.“

Erläuterung:

Der Effekt dieser Ankündigung ist meist, dass sich die Klienten als *besserungsfähig und besserungskompetent* erleben, weil Ihnen ins Bewusstsein kommt, dass sie ja schon Besserungen in Richtung ihrer Ziele erreicht haben und es „nur“ darum geht, noch weiterzukommen. Darüber hinaus wird Coaching definiert als: *„Sie machen etwas und das, was in Richtung Ihrer Ziele erfolgreich und wirksam, was ziieldienlich ist, machen Sie verstärkt.“*

Antwort:

„Als drittes und letztes wird mich interessieren, *was sich möglicherweise seit unserem heutigen Telefonat und unserem Gespräch am ... um ... in Richtung ihrer Ziele (wieder Bezug zum Ausgangsanliegen) noch weiter kleines oder größeres getan haben wird.* Der Hintergrund dafür ist, dass man festgestellt hat, dass zwischen der Terminvereinbarung und dem ersten Coaching-Gespräch bei über 70 % aller Klienten sich kleine, manchmal auch größere Verbesserungen in Richtung ihrer Ziele einstellen. Da schreiben die Forscher derzeit die Bibliotheken voll, wie das zu erklären sei. Manche sagen, das hätte etwas damit zu tun, dass man sich vorstellt, wie der Coach einen noch weiterbringen kann, man das sich vorstellt und dadurch noch auf neue Wege kommt. Andere sagen, das hätte damit zu tun, dass man durch das

Vereinbaren des Termins noch entschiedener ist, voranzukommen (das Problem zu lösen). Uns kann diese Diskussion ziemlich egal sein. Wichtig ist: es gibt bei vielen Klienten diese Besserungen und wenn das auch bei Ihnen so sein sollte, dann achten Sie bitte darauf, denn diese Besserungen kann man ja möglicherweise noch weiter ausbauen.“

Erläuterung:

Coaching wird definiert als: *„Sie sind der Handelnde, Sie machen etwas. Manches von dem, was Sie gemacht haben, hat Sie in Richtung Ihrer Ziele vorangebracht. Das, was Sie vorangebracht hat, interessiert uns, darauf fokussieren wir. Das Zieldienliche machen Sie dann verstärkt.“* Coaching wird damit zur *„Unterstützung im Ausbau von Besserungen“*, *„Unterstützung darin, das verstärkt zu machen, was man gut macht...“* Der Fokus wird auf die Aktivität des Klienten gerichtet.

Implizit wird mit dem Fokus auf dem Zieldienlichen, dem Fokus auf dem, „was Sie vorangebracht hat“, ein Ausgleich zu einer möglicherweise zu starken Problemfokussierung geschaffen und erschwert, dass der Coach als Problemlöser angesehen wird.

Jetzt kann man noch über die geplante Zeitdauer des Gesprächs informieren, sicherstellen, dass bzgl. des Honorars Einigkeit herrscht und über die Anreise informieren. Wenn man das Angebot einer Videodokumentation des Coachings machen will, so sollte das auch schon am Telefon erklärt und transparent gemacht werden, damit man das erste Coaching-Gespräch nicht mit der Frage beginnen muss, ob der Klient eine Videodokumentation wünscht, bzw. damit einverstanden wäre.

Die oben beschriebenen Informationen über das, „was mir in unserem Gespräch am ... um ... wichtig sein wird“ sollte man mit der Frage beenden, ob seitens des Klienten noch irgendwelche Unklarheiten bestehen

oder Fragen offen sind. Wenn dies nicht der Fall ist, kann man seine Befriedigung darüber zum Ausdruck bringen, „dass wir das jetzt m. E. gut vorbereitet haben“, dass man sich auf das Gespräch am ... um ... freut und gespannt ist, *„was wir da zusammen entwickeln werden ...“*

Wichtig ist bei allem, was oben formuliert ist: **Es werden die Fragen angekündigt, aber noch nicht beantwortet** (das würde in der Regel den Rahmen der Vorinformierung sprengen und der Klient würde im Unklaren darüber gelassen, wie viel Zeit und Raum ihm dafür zur Verfügung steht). Wenn der Klient das missverstanden haben sollte und schon anfängt, die Fragen zu beantworten, so kann man wiederholen, dass man nur darüber informieren wollte, „was mich bei dem Termin am ... um ... interessieren wird“ und darauf hinweisen, dass man bei diesem Termin für die Antworten ausreichend Zeit und Raum haben wird.

Die Wirkungen dieser Vorinformation sind:

Der künftige Coach wird als jemand erfahrbar,

- der die für ihn vor einem Coaching wichtigen Fragen kennt, ernst nimmt, von sich aus beantwortet;
- damit ein Interesse daran signalisiert, alles zu tun, damit das gemeinsame künftige Unterfangen gut vorbereitet und dadurch erfolgversprechend ist;
- der mit der sorgfältigen Vorinformation quasi „in Vorleistung“ geht,
- für den die Ziele des Klienten der zentrale Orientierungsrahmen sind,
- der die bisherigen Bemühungen würdigt, daran anknüpfen und darauf aufbauen will,
- der verständnisvoll, kompetent und Vertrauen erweckend ist,
- den man als Person, als Gesprächspartner, in seiner „Denke“ und seiner Orientierung in Bezug auf das Coaching schon ein gutes

Stück kennenlernen und von dem man einen positiven Eindruck bekommen konnte.

Die Beziehung zwischen dem Klienten und dem Coach

Die Autorität des Klienten als Definiierer und Vorgeber von Zielen wird anerkannt. Der Coach bietet sich an als Bündnispartner für die gemeinsamen Bemühungen in Richtung der Ziele, die der Klient definiert. Verhindert wird die Erwartung bzw. Befürchtung: „Ich bin ein kleines Dummerchen und der kluge allwissende Coach sagt mir jetzt, wo es lang

geht und wie ich meine Probleme lösen bzw. noch besser werden kann.“

Der künftige Klient ...

- fühlt sich in seinen Interessen und Bedürfnissen gut verstanden,
- weiß, was ihn erwartet und wie er zu einem guten Ergebnis beitragen kann,
- hat bis zum ersten Gespräch über das nachgedacht, was seiner Meinung nach für den Coach wichtig ist zu wissen,
- hat über seine Ziele nachgedacht und seine Ziele weiter geklärt,
- erlebt sich als jemand, der kompetent ist und der in der Vergangen-

heit Besserungen erreichen konnte und auch in Zukunft erreichen können wird – besonders auch deswegen, weil er dabei vom Coach unterstützt werden wird,

- ist entschieden und hoch motiviert, weitere Besserungen zu bewirken, da es um die Erreichung seiner Ziele geht,
- geht davon aus, dass er dafür etwas tun muss und will auch etwas dafür tun,
- ist in einer Verfassung von „Ärmel hochgekrempelt, jetzt gehen wir das weiter an!“.



Weiterführende Literatur

Prior, Manfred (2012). Beratung und Therapie optimal vorbereiten. Informationen und Interventionen vor dem ersten Gespräch. Heidelberg: Carl Auer.

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/389670530X/cr>

Der Autor

Dr. phil. Manfred Prior, Dipl.-Psych., Coach, Berater, Therapeut, beschreibt als Ausbilder (www.meg-frankfurt.de) und Autor die kleinen Dinge mit der großen Wirkung. Sein Beraterbestseller „MiniMax-Interventionen – 15 minimale Interventionen mit maximaler Wirkung“ ist auch auf Spanisch und Tschechisch erschienen und wird demnächst auch in französischer und chinesischer Sprache erhältlich sein.

2. Forschung: Coaching bei Change-Management-Prozessen

Forschungsprojekt der Universität Heidelberg sucht Unterstützung.

Studien zeigen, dass das Managen von Veränderungsprozessen bei Führungskräften sowohl im Führungsverhalten als auch im Hinblick auf das Selbstmanagement mitunter zu Unsicherheiten führen kann. Da ein Scheitern von Change-Management-Prozessen vermeidbare finanzielle Kosten verursacht, stellen wissenschaftliche Erkenntnisse neue Implikationen für die Management-Praxis bereit.

Vor diesem Hintergrund untersucht eine aktuelle Studie der Abteilung Arbeits- und Organisationspsychologie (A&O) an der Universität Heidelberg das Erleben von Führungskräften und Projektleitern während organisationaler Veränderungen wie z.B.:

- Strategischer Wandel (z.B. Internationalisierung)
- Ressourcenwandel (z.B. Einführung neuer Personen, Prozesse oder Technologien)
- Strukturwandel (z.B. Veränderungen der Aufbau- und Ablaufstruktur)
- Persönliche Karriereentwicklung (z.B. Nachwuchskraft, Aufstieg in der Hierarchie, Standortwechsel)

Zielsetzung

Das Ziel dieser wissenschaftlichen Online-Untersuchung unter Leitung von Dr. Alexandra Michel ist es, diejenigen Faktoren zu identifizieren, die für ein erfolgreiches und wirkungsvolles Coaching im Change-Management entscheidend sind. Die Ergebnisse der ersten qualitativen

Erhebung sprechen bereits dafür, dass Führungskräfte Coaching als hilfreich ansehen, um in Veränderungsprozessen persönliche Unterstützung zu erhalten. In einer zweiten Studie sollen diese Erkenntnisse nun mit quantitativen Forschungsmethoden vertiefend bestätigt und erweitert werden.

Unterstützt wird die Studie bisher u.a. von den Berufsverbänden Deutsche Gesellschaft für Psychologie (DGPs), Deutscher Bundesverband Coaching e.V. (DBVC), Deutsche Gesellschaft für Supervision e.V. (DGsV), Qualitätsring Coaching und Beratung e.V. (QRC), International Coach Federation (ICF) und der Swiss Coaching Association (SCA) sowie dem schweizerischen „Coachingzentrum Olten“.

Teilnahme

Für das Forschungsprojekt werden Coaches (m/w) und Führungskräfte (m/w) bzw. Projektleiter (m/w) während organisationaler Veränderungsprozesse gesucht.

Teilnehmende Coaches werden gebeten, einen laufenden Coaching-Prozess zu reflektieren und nach den Sitzungen innerhalb von drei Monaten einen Kurzfragebogen (Dauer je zehn Minuten) zu beantworten. Eine Motivierung der Klienten zur Studienteilnahme wäre darüber hinaus wünschenswert, die über diesen Weg dann auch anonym bleiben können.

Teilnehmende Führungskräfte bzw. Projektleiter werden gebeten, persönlich relevante Aspekte während des Change-Prozesses zu reflektie-

ren. Zudem erhalten sie neue Impulse für die Situation durch die Beantwortung von drei Fragebögen im Zeitraum von sechs Monaten (Dauer je 20 Minuten).

Genauere Informationen zum Ablauf der Studie und zur Teilnahme erhalten Interessierte nach Kontaktaufnahme zum Forscherteam im direkten Kontakt.

Alle Daten der Teilnehmer werden streng vertraulich behandelt. Das Forscherteam der Universität Heidelberg sichert die strenge Anonymität aller Beteiligten und personenbezogener Daten zu. Die Studie dient ausschließlich wissenschaftlichen Zwecken. Die Auswertung erfolgt anonymisiert und ausschließlich an der Universität Heidelberg.

Nutzen

Alle Teilnehmer erhalten eine Einladung zum Ergebnis-Workshop, welches als Netzwerktreffen organisiert wird und Austauschmöglichkeiten für Praktiker und Forscherteam bereithält. Für die Klienten wird eine individuelle Auswertung mit Erstellung ihres persönlichen Profils angeboten. Darüber hinaus werden unter allen Teilnehmern fünf Büchergutscheine im Wert von je 50,- Euro und ein Wellness-Wochenende für zwei Personen verlost. (*A&O Universität Heidelberg*)

Eine Anmeldung zur Studienteilnahme kann bis Juni 2013 erfolgen. Bei Interesse wenden Sie sich per E-Mail an:

Change.Coaching@psychologie.uni-heidelberg.de

Weitere Informationen:

www.coaching-forschung.uni-hd.de

3. Coaching-News

Klicken Sie auf ein einen der folgenden Links, um sich mit RAUEN Coaching zu vernetzen und um über aktuelle Coaching-News informiert zu werden:

Twitter

<http://www.rauen.de/twitter/>

Xing

<http://www.rauen.de/xing/>

Facebook

<http://www.rauen.de/facebook/>

LinkedIn

<http://www.rauen.de/linkedin/>

Google Plus

<http://www.rauen.de/googleplus/>

Redaktion:

Anne Waldow (aw) anne.waldow@rauen.de

Alle Coaching-News finden Sie online unter folgender Adresse:

<http://www.coaching-report.de/coaching-news.html>

News QRC-Unternehmertag im Februar

Im Februar veranstaltete der Qualitätsring Coaching und Beratung e.V. zum ersten Mal einen Unternehmertag in Frankfurt/Main.

„Aus Erfahrung gut“: Unter diesem Motto lud der Qualitätsring Coaching und Beratung e.V. (QRC) zu seinem 1. Unternehmertag am 24. Februar 2013 in Frankfurt/Main ein und brachte verbandseigene und externe Referenten zusammen. Verschiedene unternehmerische Themen wurden dabei behandelt – vom Produktportfolio über steuerrechtliche Ange-

legenheiten bis hin zu Marketingstrategien.

Redner und Mitwirkende der Veranstaltung waren u.a.:

- Andreas Bauer, u.a. Steuerberater, Mediator, Coach.
- Katrin Bickerich, u.a. Dipl.-Psych., Doktorandin Universität Heidelberg.
- Ulrike Fuldner, u.a. Fachanwältin für Steuerrecht.
- Isabel Hammermann-Merker, u.a. Dipl.-Päd., Systemischer Coach und Supervisorin.

- Jens Korz, u.a. Dipl.-Betriebswirt, Dipl.-Psych., Personal- und Business-Coach.
- Sabine Nemeč, u.a. Dipl.-Wirtschaftsingenieurin, Autorin.
- Annelie Tattenberg, u.a. interkultureller Trainer, Coach.
- Heiko Veit, u.a. integraler Coach.

Der Verband wies in der Nachlese darauf hin, dass aufgrund der positiven Resonanz weitere Unternehmertage folgen werden. (aw)

Weitere Informationen:

<http://www.qrc-verband.de>

News Termin: Fachtagung zu Führungskonzepten

In Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Supervision organisiert das Institut für Soziale Interaktion im Mai die Fachtagung „Gemeinsam bewegen! Führungskonzepte für Supervision,

Coaching und psychosoziale Beratung“.

Eine Fachtagung für szenisch-kreatives Arbeiten im Beruf erwartet interessierte Besucher am 31.05.–

01.06.2013 in Hamburg, organisiert vom Institut für Soziale Interaktion (ISI). In Workshops und Vorträgen geht es um die besondere Rolle von Supervisoren und Coaches als Leiter und Geleiteter im Rahmen ih-

rer Tätigkeit. Es stehen Fragen wie „Wie füllt der Supervisor/Coach/Berater seine (Leitungs-) Rolle aus?“ oder „Welche (Führungs-)Konzepte stehen ihm zur Verfügung?“ im Vordergrund. Szenisch-kreative Arbeitsweisen sollen sich diesen Fragen vor einem sozial- und wertorientierten Hintergrund nähern.

Kursleiter sind u.a.:

- Paul Gerhard Grapentin, Geschäftsführer, Theologe, Psychodrama-Leiter (DFP/DAGG), Supervisor, Lehrsupervisor (DGSv), Coach.
- Dr. Christoph Hutter, u.a. Dipl.-Theol., Dipl.-Pädagoge, Psychodrama-Leiter (DFP/DAGG).
- Hildegard Schumacher, Dipl.-Sozialpädagogin, Psychodrama-

Leiterin (DFP), Supervisorin, Lehrsupervisorin (DGSv).

- Dr. Falko von Ameln, Dipl.-Psych., Psychodrama-Therapeut.

Die Tagung findet im Gemeindezentrum der Christuskirche und Landesinstitut für Lehrerfortbildung in Hamburg statt. Die Kosten inkl. Buffet betragen 230 Euro (Rabatte für ISI-Ausbildungskandidaten). (aw)

Weitere Informationen:

<http://www.isi-hamburg.org/produkt/isi-fachtagung.html>

News DGSF-Jahrestagung „System & Körper – back to the roots“

Vom 25.–28. September veranstaltet die DGSF ihre Jahrestagung 2013 an der Humboldt Universität zu Berlin. In diesem Jahr geht es um den Körper als Ressource in der systemischen Praxis.

Es ist die bereits 13. wissenschaftliche Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Systemische Therapie, Beratung und Familientherapie (DGSF), die in diesem Jahr stattfindet. Im Mittelpunkt steht das Thema

„System & Körper – back to the roots oder der Körper als Ressource in der systemischen Praxis“. Die Teilnehmer erwarten 60 vierstündige Workshops mit über 100 Referenten. Auch Vorträge, Filme und Fachgruppen werden das Thema aufgreifen und behandeln. Um fokussierte Körperorientierung im System geht es dann in den einzelnen Beiträgen, z.B. Systemisches Aggressionsmanagement, Psychohygiene durch Improvisation und Kreativität, „be-

wegtes Sitzen“, systemische Begleitung in transkulturellen Kontexten oder systemisch-psychomotorische Therapie.

Ausgerichtet wird die Tagung von der Gesellschaft für systemische Therapie (GST) an der HU Berlin. Eine Anmeldung zur Jahrestagung ist erforderlich. Die Teilnahmegebühren betragen bis zum 31. Mai 300,00 €, danach 340,00 €. (aw)

Weitere Informationen und Anmeldung:

<http://www.dgsf-tagung-2013.de>

News Forschung: Akquisitionsstrategien von Coaches

Studie der Universität Bielefeld zur „Relevanz von Netzwerkanalysen“ geht an den Start.

Die Universität Bielefeld startet eine Studie zum Thema „Relevanz von Netzwerkanalysen in Bezug auf Akquisitionsstrategien von Coaches“ (Coaching-Report berichtete). Diplom-Pädagogin Annette-Christina Kopatz der Bielefeld School of Edu-

cation (BiSEd) sucht in dem Rahmen Interviewpartner für die Studie. Mit leitfadengestützten Experteninterviews, durch Entwicklung von Netzwerkkarten und Dokumentanalysen soll folgenden Fragen nachgegangen werden:

- Wie nutzen Coaches ihre Netzwerke im Kontext ihrer Akquisitionsvorhaben?

- Welche Akteure im Netzwerk spielen welche Rolle in Bezug auf Akquisitionsstrategien?
- Welche Akteure im Netzwerk spielen welche Rolle in Bezug auf den Akquisitionserfolg?

Interessierte sprechen einen individuellen Termin für das Experteninterview mit Annette-Christina Kopatz ab. (aw)

Kontakt: annette.kopatz@uni-bielefeld.de

Tel.: 0521 106 4245

News Ergebnisse der Coaching-Umfrage 2012

Die jüngsten Ergebnisse der „11. Coaching-Umfrage Deutschland“ geben Auskunft über die wirtschaftliche Situation von Coaches im deutschsprachigen Raum. Und diese bestätigen die bisherige positive Entwicklung der Branche.

Die Professionalisierungstendenz der Coaching-Branche setzt sich fort. Das ist das übergreifende Ergebnis der jüngsten und branchenbekanntesten Befragung „Coaching-Umfrage Deutschland“ des Büros für Coaching und Organisationsberatung (BCO) und dem deutschen Chapter der International Coach Federation (ICF-Deutschland).

Der Professionalisierungstrend kommt insbesondere in puncto Berufserfahrung und Stundenhonorar der Coaches zum Ausdruck. Wiesen die Befragten im Jahr 2002 durchschnittlich noch 5,4 Jahre Coaching-Erfahrung auf, sind es aktuell 9,4 Jahre. Auch die generelle Berufserfahrung vor einer Tätigkeit als Coach ist in dieser Zeitspanne stark angestiegen und beträgt aktuell durchschnittlich 16 Jahre.

Als eine zentrale Kennzahl der anhaltenden Professionalisierung se-

hen die Initiatoren der Studie das Stundenhonorar von Coaches. Das hat sich – abgesehen vom deutlichen Knick während der Finanz- und Wirtschaftskrise 2009–2011 – steigend entwickelt. Im Vergleich zu 2011 ist der mittlere Stundensatz um 5,3 Prozent angestiegen auf 165 € für eine Coaching-Stunde. Dabei zeigen die Langzeitzahlen deutlich, dass auch immer weniger Coaches bereit sind, für unter 100 € pro Stunde zu coachen. Ein weiteres Indiz für den wachsenden Grad der Professionalisierung.

Positiv fällt darüber hinaus auf, dass sich das Verhältnis der Coachings, die von Unternehmen bezahlt werden, im Gegensatz zu Coachings, die privat bezahlt werden, bei zwei Drittel / ein Drittel eingependelt hat. Coaching scheint sich als fester Bestandteil der Personal- und Organisationsentwicklung in Unternehmen etabliert zu haben.

Die Mehrheit der befragten Coaches hat – wie in den Umfragejahren zuvor – eine Mitgliedschaft in einem Fachverband. Auf die Frage, welche Bedeutung die Mitgliedschaft für die eigene Coaching-Tätigkeit in Bezug auf die Aspekte „Netzwerken“, „wirt-

schaftliche Effekte“, „Interessenvertretung“ und „Weiterbildung“ hat, stellten die befragten Verbandsmitglieder (n=157) den Aspekt „Netzwerken“ an erste Stelle. Dieser stand 2011 noch an letzter Stelle der Prioritätenliste. Umgedreht verhält es sich mit dem Aspekt „wirtschaftliche Effekte“: Dieser war Verbandsmitgliedern 2011 am wichtigsten, rutschte 2012 jedoch an die letzte Stelle der vier genannten Aspekte.

Bei der mittlerweile „11. Coaching-Umfrage Deutschland“ beantworteten insgesamt 279 Coaches zwischen November 2012 und Januar 2013 online Fragen. Die Umfrage richtete sich erstmalig an den deutschsprachigen Raum Deutschland, Schweiz und Österreich. Durchgeführt wird die Studie jährlich von Jörg Middendorf (BCO), der für die aktuelle Umfrage mit der ICF-Deutschland kooperiert. Wissenschaftlicher Berater des ICF-Deutschland und ICF-Vertreter für die Studie ist Dr. Michael Fritsch. (aw)

Kontakt:

info@bco-koeln.de

4. Rezensionen von Coaching-Büchern

Die von uns geführte **Gesamtliste der Coaching-Literatur umfasst inzwischen 1.618 Einträge und 284 Rezensionen von Coaching-Büchern. Folgend finden sich die neuesten Rezensionen.**



Dehner, Ulrich & Dehner, Renate (2013).

Transaktionsanalyse im Coaching. Coachings professionalisieren mit Konzepten, Modellen und Techniken aus der Transaktionsanalyse.

Bonn: managerSeminare.
ISBN: 9 783941 965560
264 S.; 49,90€

Bei Amazon bestellen:

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3941965565/cr>

Rezension von Anne Haker

Ulrich Dehner ist wohl einer der bekanntesten deutschen Trainer und Coaches. Als Gründungs- und Vorstandsmitglied des DBVC und als anerkannter Spezialist für Transaktionsanalyse mit zahlreichen Veröffentlichungen zum Thema hat er die Coaching-Szene in den letzten Jahren maßgeblich mit beeinflusst. Nun stellt das erfolgreiche Autorenpaar Ulrich und Renate Dehner mit ihrem

aktuellen Buch seine jahrelange Erfahrung in der Anwendung der Transaktionsanalyse speziell für den Bereich des Führungskräfte-Coachings zur Verfügung.

In vier Teilen werden dem Leser die wesentlichen Konzepte der Transaktionsanalyse erklärt und in Bezug zum Business-Coaching gesetzt: Ich-Zustände, der Bezugsrahmen, Skript und psychologische Spiele. Den größten Part nimmt dabei die Darstellung der verschiedenen Ich-Zustände und ihre individuelle Ausprägung ein. Begriffe, die viele Coaches mit Sicherheit bereits hier und dort schon gehört haben, wie „Elder-, Erwachsenen- und Kind-Ich“ oder „Ego- und Psychogramm“ werden mit klaren Worten leicht verständlich erklärt. Anhand von Beispielen werden typische sowie extreme Ausprägungen und damit verbundene Schwierigkeiten im Führungsalltag besprochen. Vorschläge zu passenden Interventionen versetzen den Leser in die Lage, diese Erkenntnisse im Coaching zu nutzen und darauf reagieren zu können. Die im Skript-Teil vorgestellten Antreiber (z.B. „Sei perfekt“) können mithilfe des Antreiber-Fragebogens im Anhang erfasst werden, der auch online als PDF zur Verfügung steht.

Den besonderen Vorteil der Kenntnis transaktionsanalytischer Konzepte für die Coaching-Praxis sieht Dehner in der Möglichkeit sich bereits nach kurzer Interaktion mit dem Klienten ein Bild von dessen jeweiliger Ausprägung der Ich-Zustände machen zu können. Daraus abgeleitet lassen sich Probleme im Umgang mit den Mitarbeitern oder Vorgesetzten erahnen – der Coach kann seine Klienten mit treffenden Voraussagen überraschen und so sein Vertrauen gewinnen. Was sich jedoch so leicht liest, ist in der Praxis wohl nur mit viel Übung und Erfahrung treffsicher umzusetzen.

Jedem Kapitel ist ein kurzer Ausblick auf die kommenden Inhalte mit Verweisen auf die jeweiligen Seiten vorangestellt, was dem Leser eine rasche Orientierung und gezieltes Nachschlagen erleichtert. Auch das Stichwortverzeichnis im Anhang ist hier sehr hilfreich. Wichtige Kernsätze werden grafisch hervorgehoben und knappe Zusammenfassungen am Textrand ermöglichen ein Überfliegen des Textes. Grafische Darstellungen und zahlreiche Praxisbeispiele veranschaulichen die vorgestellten Konzepte und Techniken.

Das Buch richtet sich vornehmlich an Coaches, die wenig bis gar kein Vorwissen aus dem Bereich der Transaktionsanalyse mitbringen. Die einfache und klare Darlegung der wesentlichen Ideen der Transaktionsanalyse und ihrer Anwendungsmöglichkeiten im Coaching machen einen Einstieg ohne jegliche Vorkenntnisse leicht möglich. Auch Führungskräfte selbst können von den Inhalten als Anregung zur Selbstreflexion oder zum besseren Verständnis ihrer Mitarbeiter profitieren.

Fazit: Das Buch bietet einen hervorragenden Einstieg in die Transaktionsanalyse und ermöglicht die direkte Anwendung hilfreicher Konzepte und Techniken in der Coaching-Praxis.

Anne Haker, Berlin
anne.haker@gmail.com



Schildhauer, Thomas; Trobisch, Nina; Busch, Carsten (Hrsg.) (2013). **Heldenprinzip. Kompass für Innovation und Wandel.**

Berlin: Universität der Künste.
ISBN: 978-3894622299
141 S.; 24,00 €

Bei Amazon bestellen:

<http://www.amazon.de/exec/obido/s/ASIN/3894622296/cr>

Rezension von Anne Waldow

Man fragt sich schon, warum es in einem Sachbuch mit dem Titel „Heldenprinzip“ gehen soll, dessen Untertitel einen „Kompass für Innovation und Wandel“ verspricht. Es entpuppt sich als Ergebnispublikation zum Forschungsprojekt „Innovationsdramaturgie nach dem Heldenprinzip“ des Zentralinstituts für Weiterbildung der Universität der Künste Berlin, der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin und verschiedener Berliner Unternehmen – gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung. Es geht um

die Erforschung von Veränderungsprozessen in Organisationen und Unternehmen und als Ergebnis beschreibt das Buch eine im kollektiven Gedächtnis verankerte universale Ablaufstruktur von Veränderungsvorgängen – oder, um es in der allegorischen „Heldensprache“ auszudrücken, die „universale Dramaturgie, die den charakteristischen Verlauf von Transformationsprozessen abbildet“ (S. 8). Genau das macht das Buch für die Arbeit von Coaches, Beratern und Trainern interessant.

Forschungsgrundlage für das Projekt bildet u.a. die wissenschaftliche Arbeit des Mythen-Forschers Joseph Campbell (1904-1987), dessen „Monomythos“ im ersten Teil des Buches von der Mythologie- in die Arbeitswelt überführt wird. Campbells analysierte Helden aus Legenden, Geschichten und Erzählungen durchlaufen prinzipiell die gleichen archetypischen Muster in ihrer Heldenreise wie die Helden der heutigen, ständig Veränderungen gegenüberstehenden Arbeitswelt. In beiden Fällen sind die Helden diejenigen, die ihnen bekanntes Umfeld verlassen und Ungewohntes betreten wollen, sollen oder müssen – egal ob Mensch, Team oder Organisation.

Diese „Dramaturgie“ der Transformation, deren Hauptetappen dann als „Aufbruch“, „Abenteuer“ und „Rückkehr“ bezeichnet werden, wird im zweiten Teil intelligent beschrieben. Hier erfährt der Leser Charakter, Nutzen und Aufgabe der Etappen, jeweils mit Beispielen und einer Begleitsequenz aus der Beratungspraxis. Dabei wird stets der Blick auf das große Ganze – die Heldenreise

von Anfang bis Ende, vom Gewohnten zum Ungewohnten bis es wieder gewohnt wird – beibehalten.

Eines darf der Leser dieses Buches erwarten: Heldengeschichten! Im gesamten Band begegnet man so unterschiedlichen Protagonisten von Veränderungsprozessen wie Perseus (griech. Mythologie), dem Froschkönig, Morpheus (Film „Matrix“), dem Personalleiter eines Call-Centers oder einem internationalen Maschinenbauunternehmen.

Menschen, die der symbolreichen Allegorie-Welt zugetan sind und auf wissenschaftliche Rationalität trotzdem nicht verzichten wollen, können aus dem Heldenprinzip grundlegende Anregungen für die Arbeit mit und in Change-Prozessen ziehen. Für eben diese Zielgruppe ist das Heldenprinzip auch gedacht.

Gestalterisch bietet das Buch zudem kreative Formate wie dem „Randgekritzelt“ oder einem fiktiven Pärchen, das den Leser bei der Lektüre begleitet und dialogisch den Inhalt der Seiten kommentiert. Man hat das Gefühl, man liest das Buch nicht allein, was es unheimlich, gewöhnungsbedürftig und interessant zugleich macht.

Fazit: Ob Coach oder Laie – es macht Spaß das Buch zu entdecken und die universelle Quintessenz der legendären und arbeitsweltlichen Heldenreisen verstehen zu lernen.

Anne Waldow, Coaching-Report
anne.waldow@rauen.de

5. Neue Coaches und Trainer in der RAUEN-Datenbank



Die RAUEN-Datenbank hilft bei der Suche nach passenden Coaches und Businesstrainern und integriert die Ausbildungsdatenbank („Coaching-Index“), das Ausschreibungssystem („Coaching-Anfragen“) und die Kalenderübersicht („Coach-Kalender“).

Im März 2013 konnten folgende Coaches neu in die RAUEN-Datenbank aufgenommen werden:

Dr. Caroline Lieser, D – 79252 Stegen-Wittental

<http://www.coach-datenbank.de/profil.asp?userid=1805>

Birsen Köse, D – 10707 Berlin

<http://www.coach-datenbank.de/profil.asp?userid=1804>

Sabine Tischer, D – 76275 Ettlingen

<http://www.coach-datenbank.de/profil.asp?userid=1803>

Aufnahme in die RAUEN Coach-Datenbank:

http://www.coach-datenbank.de/aufnahme_in_die_coach-datenbank.htm

Aufnahme in die RAUEN Businesstrainer-Datenbank:

http://www.businesstrainer-datenbank.de/aufnahme_in_die_rauen-businesstrainer-datenbank.htm

6. Coaching-Ausbildungen im nächsten Monat

Folgend die Liste der Coaching-Ausbildungen, die im nächsten Monat starten.

Diese Liste kann auch online mit den Ausbildungen abgerufen werden, die im nächsten Monat starten:

http://www.coaching-index.de/time_search.asp

Coachingplus GmbH

Ausbildungsbeginn: 02.05.2013

Ausbildungstitel: 10-tägiger Studiengang für angewandtes Coaching & Diplom-Coach SCA

CH-8103 Kloten (nahe Flughafen Zürich)

Kosten: Fr. 3080.-

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1349

echt. coaching® - Interdisziplinäres Ausbildungs-Institut

Wirtschaft & Kommunikation & Psychologie

Ausbildungsbeginn: 02.05.2013

Ausbildungstitel: Zertifizierte Ausbildung zum Personenzentrierten Coach (DCG) - Coaching-Ausbildung 2013

D-69124 Heidelberg

Kosten: Die Ausbildungskosten betragen EUR 3500.- zzgl. MwSt. Als Weiterbildung sind die Kosten der Ausbildung steuerlich voll absetzbar. In den Kosten enthalten sind Schulungsunterlagen und Tagungsgetränke.

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1424

Institut Psychodynamische Organisationsentwicklung + Personalmanagement Düsseldorf e.V. - (DBVC-anerkannt)

Ausbildungsbeginn: 03.05.2013

Ausbildungstitel: Psychodynamisches Coaching und Organisationsentwicklung

D-40479 Düsseldorf

Kosten: DBVC Zertifikat ca. € 6.900,- umsatzsteuerbefreit. Zertifikat A € 3.000,- umsatzsteuerbefreit. Bemerkungen zu den Kosten: Ratenzahlung möglich

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1325

2coach Personal- und Unternehmensberatung

Ausbildungsbeginn: 03.05.2013

Ausbildungstitel: Ausbildung zum Coach

D-22305 Hamburg

Kosten: 4.958.- Euro zzgl. MwSt. Bezahlung und Abrechnung von Baustein zu Baustein. Bei Unterbrechung fallen keine weiteren Kosten an.

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1365

Institut HOEHER Team – Holistic Management (DBVC-anerkannt)

Dr. Peter Höher

Ausbildungsbeginn: 03.05.2013

Ausbildungstitel: Ausbildung zum Systemischer Business Coach (ISCC)®

D-58644 Iserlohn

Kosten: Die Seminargebühr für alle Module, das Aufnahmegespräch, Gruppensupervision und Zertifizierung beträgt 7.200,00 Euro netto, inkl. Verpflegung, ohne Unterkunft. Bei nachweislichen Privatzählern berechnen wir eine reduzierte Seminargebühr in Höhe von 6.200,00 €. Das Institut HOEHER - Holistic Management ist für diese Qualifizierung von der Umsatzsteuer nach § 4 Nr. 21 UStG a bb) befreit. Teilnehmer/innen aus Nordrhein-Westfalen können den Bildungsscheck NRW nutzen. Informationen unter: <http://www.bildungsscheck.com>

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1501

Trainergemeinschaft-Berlin

Gesellschaft für Training, Coaching, Weiterbildung und Supervision

Ausbildungsbeginn: 03.05.2013

Ausbildungstitel: FührungsCoach mit Trainingskompetenz

D-13187 Berlin-Pankow, Breite Str. 23a

Kosten: 5.480 €, umsatzsteuerbefreit, Ratenzahlung

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1403

coachhouse® – Coaching-Institut für Fach- und Führungskräfte

Gudrun Kaltwasser

Ausbildungsbeginn: 10.05.2013

Ausbildungstitel: Coach in der Arbeitswelt CAW®

D-10557 Berlin

Kosten: 6.000,- zzgl. 19 % MwSt., Zahlungsmodalitäten nach Absprache und individueller Vereinbarung

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1406

Susanne Weber Kommunikationsmanagement

Ausbildungsbeginn: 13.05.2013

Ausbildungstitel: Führungskräfte-Ausbildung

D-78464 Konstanz

Kosten: Die Teilnahmegebühr für die komplette Ausbildung beträgt netto € 9.800 inkl. 8 Stunden Einzelcoaching, umfangreiche Kursunterlagen und die Testauswertung.

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1405

DIE COACHES

Nina Meier und Partner

Ausbildungsbeginn: 13.05.2013

Ausbildungstitel: Ausbildung systemischer Management Teamcoach – Hamburger Teamcoach

D-40212 Düsseldorf

Kosten: 5.200,00 EUR netto inklusive Team Management Profil (TMP), Arbeitsordner und Buch – Ratenzahlung ist bei Privatzählern möglich – Frühbucherrabatt bis 2 Monate vor Ausbildungsbeginn

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1566

Dietz Training und Partner (DBVC-anerkannt)

Ingeborg und Thomas Dietz

Ausbildungsbeginn: 14.05.2013

Ausbildungstitel: Psychologie der Veränderung – emotional intelligent coachen

D-83370

Kosten: Euro 6.800,- gesamt in 3 Raten zzgl. MwSt. und Hotelkosten

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1334

Coaching Center Berlin

Integral Academy (ICF-anerkannt)

Ausbildungsbeginn: 16.05.2013

Ausbildungstitel: Master Business Coach

D-13507 Berlin

Kosten: buchbare Pakete: Master (6 Units) 4.500,00 EUR. Master Plus (8 Units) 5.600,00 EUR. Master Max (10 Units) 6.800,00 EUR. Einzelne Unit 950,00 EUR. Alle Preise verstehen sich als Netto Preise, d.h. zzgl. MwSt.

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1395

alwart + team

Ausbildungsbeginn: 16.05.2013

Ausbildungstitel: Weiterbildung zum/zur Systemischen Change BeraterIn/OrganisationsentwicklungsberaterIn

D-20459 Hamburg

Kosten: 4.750 € (zzgl. 19% MwSt.=5.652,50 €). Ratenzahlung: 4 Raten bei Einzugsermächtigung (Abbuchung immer vor dem jeweiligen Block)

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1221

Hochschule RheinMain

ISAPP Institut Sozialer Arbeit für Praxisforschung und Praxisentwicklung (DCV-anerkannt)

Ausbildungsbeginn: 23.05.2013

Ausbildungstitel: Konfliktmanagement / Qualifizierung zum Mediator / zur Mediatorin

D-65197 Wiesbaden, Kurt-Schumacher-Ring 18

Kosten: 3500,00 Euro USt. wird nicht ausgewiesen (ohne Unterkunft und Verpflegung). Zahlbar in Raten.

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1553

E•S•B•A – European Systemic Business Academy

Schweisfurth-Stiftung (DBVC-anerkannt) (ACC-anerkannt)

Ausbildungsbeginn: 23.05.2013

Ausbildungstitel: Intensivlehrgang Coaching

D-80638 München

Kosten: ab 3.900,- Euro zzgl. USt., exkl. der 5 erforderlichen Einzelcoaching-Stunden (à 100,- Euro)

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1273

FUTURE Training, Beratung, Coaching Gesellschaft m.b.H.

Ausbildungsbeginn: 23.05.2013

Ausbildungstitel: FUTURE-Coaching-Ausbildung

A-4893 Hotel Pöllmann

Kosten: Einführungsseminar Euro 580,-. Einführungsseminar (3 Tage) € 580,-. Ausbildung € 7.800,-. Dieser Preis beinhaltet: Die Ausbildung (25 Seminartage), 2 der angebotenen Zusatzmodule (zur Wahl), 3 Telefoncoachingeinheiten mittels Conference-Calls, 15 Std. FUTURE-Lehrcoachings, Ausführliche Unterlagen Die Preise verstehen sich zuzüglich 20% Ust.

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1361

Ausgabe 2013-04, Jg. 13

WCTC Akademie

Wild Consulting Training Coaching GmbH

Ausbildungsbeginn: 24.05.2013

Ausbildungstitel: Ausbildung zum zertifizierten Business

Coach BDVT in Bonn

D-53113 Bonn

Kosten: 7.950 Euro zzgl. USt

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1675

FUTURE Training, Beratung, Coaching Gesellschaft m.b.H.

Ausbildungsbeginn: 25.05.2013

Ausbildungstitel: FUTURE-Coaching-Ausbildung

A-4893 Hotel Pöllmann

http://www.coaching-index.de/user_profil.asp?userid=1361

Anbieter, die eine Ausbildung individuell auf Anfrage oder zu jeder Zeit anbieten, finden sich unter folgender Adresse aufgelistet:

http://www.coaching-index.de/time_search.asp?scope=0

Rechtliche Hinweise

© Copyright 2013 by Christopher Rauen GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Der Coaching-Newsletter sowie alle weiteren Publikationen der Christopher Rauen GmbH sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Verbreitung, Verleih, Vermietung, elektronische Weitergabe und sonstige Nutzung, auch nur auszugsweise, nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung der Christopher Rauen GmbH. Bei vollständiger Quellenangabe sind Zitate gewünscht und gestattet. Bitte setzen Sie sich vor der Übernahme von

Texten mit der Christopher Rauen GmbH in Verbindung.

Alle Angaben erfolgen nach bestem Wissen. Eine Beratung oder sonstige Angaben sind in jedem Fall unverbindlich und ohne Gewähr, eine Haftung wird ausgeschlossen. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird keine Haftung für die Inhalte externer Links übernommen. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Diese Datei wurde auf Viren und schädliche Funktionen geprüft, eine Gewährleistung für Virenfreiheit und/oder unschädliche Funk-

tionen wird jedoch aufgrund von Risiken auf den Übertragungswegen ausgeschlossen.

Verwendete Bezeichnungen, Markennamen und Abbildungen unterliegen im Allgemeinen einem warenzeichen-, marken- und/oder patentrechtlichem Schutz der jeweiligen Besitzer. Eine Wiedergabe entsprechender Begriffe oder Abbildungen auf den Seiten der Internetdienste der Christopher Rauen GmbH berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass diese Begriffe oder Abbildungen von jedermann frei nutzbar sind.

Wichtige Adressen für den Coaching-Newsletter

Zum Ändern Ihrer E-Mail-Adresse klicken Sie bitte hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/change.htm>

Zum Abbestellen des Coaching-Newsletters klicken Sie bitte hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/exit.htm>

Zum Abonnieren des Coaching-Newsletters klicken Sie bitte hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/abo.htm>

Das Archiv (ISSN 1618-7733) des Coaching-Newsletters mit allen bisherigen Ausgaben finden sie hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/archiv.htm>

Feedback und Anregungen bitte an:

info@rauen.de

Informationen zur Werbung im Coaching-Newsletter:

<http://www.rauen.de/services/werbung.htm>

Download: Diesen Coaching-Newsletter können Sie unter folgender Adresse abrufen und als Word- und Text-Dokument downloaden:

<http://www.coaching-newsletter.de/archiv/index.htm>

www.coaching-newsletter.de